



Industrie- und Handelskammer
Halle-Dessau

**Weiterbildungsumfrage 2022 –
Zentrale Ergebnisse der IHK Halle-Dessau**

Weiterbildungsumfrage 2022 – Zentrale Ergebnisse der IHK Halle-Dessau

Im Jahr 2022 hat die Industrie- und Handelskammer Halle-Dessau (IHK) eine Weiterbildungsumfrage durchgeführt. Ziel der Befragung war es, Fort- und Weiterbildungsbedarfe zu ermitteln, damit Schulungsangebote künftig zielgerichtet angeboten werden können. Weiterhin sollte die Umfrage ermitteln, wo es konkrete Unterstützung oder Informationsdefizite beim Thema Weiterbildung gibt, um diese Lücken schließen zu helfen. Darüber hinaus sollen die Ergebnisse den regionalen Weiterbildungsträgern für ihre Arbeit zur Verfügung gestellt werden

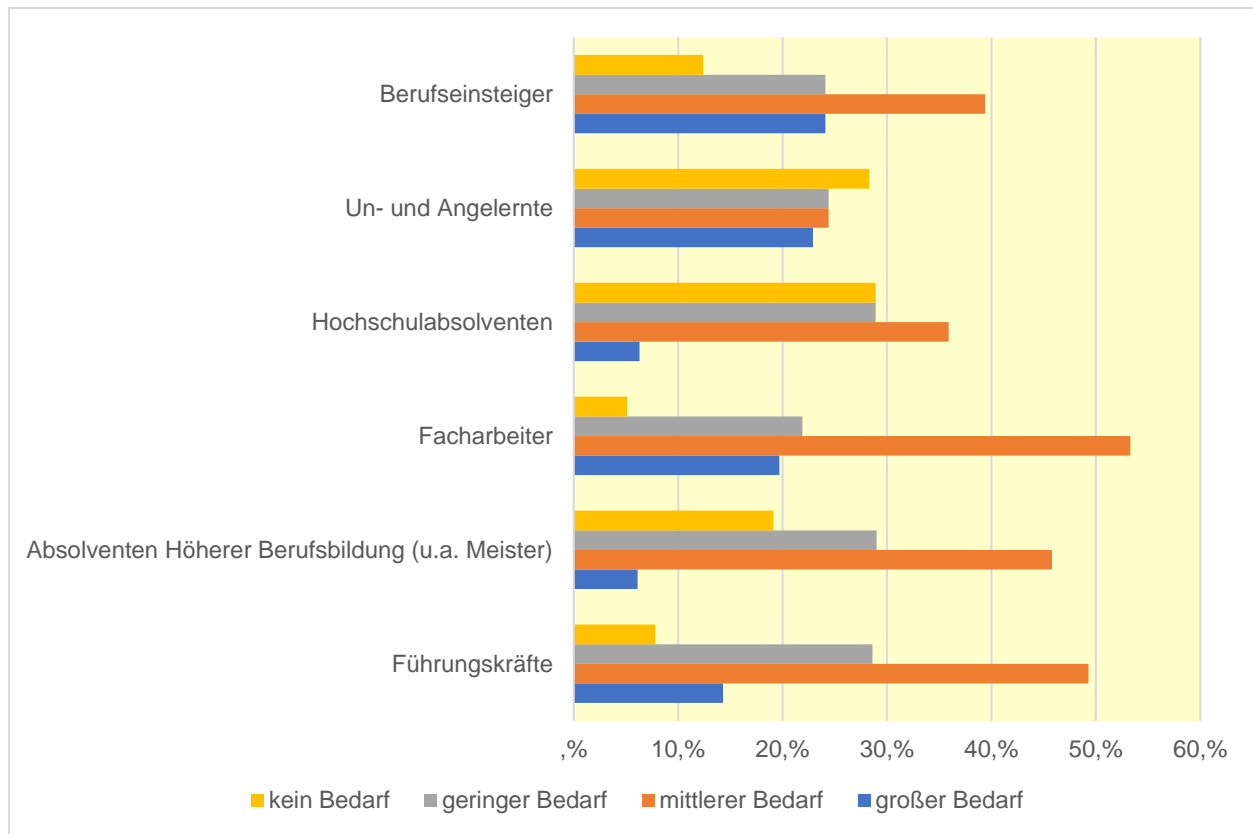
Zum Hintergrund der Befragung

Insgesamt 2.222 Ausbildungsunternehmen wurden postalisch und auf digitalem Weg zur Teilnahme an der Befragung aufgefordert. 145 haben geantwortet. Das entspricht einer Rücklaufquote von 7%.

Dreiviertel der Unternehmen haben großen bis mittleren Weiterbildungsbedarf bei Facharbeitern

Die Unternehmen wurden zu ihrem Weiterbildungsbedarf nach einzelnen Berufsgruppen befragt. Die Ergebnisse sind in Abbildung 1 dargestellt. Großer Bedarf wird bei der Gruppe der Berufseinsteiger gesehen (24%), gefolgt von den Un- und Angelernten (23%) und den Facharbeitern (20%). Mittlerer Bedarf ist vor allem bei Facharbeitern (53%), Führungskräften (49%) und Absolventen höherer Berufsbildung (46%) erkennbar. Damit sehen rund Dreiviertel der Unternehmen bei der Berufsgruppe der Facharbeiter einen großen bis mittleren Weiterbildungsbedarf (73%). Kein Bedarf wird vor allem bei den Hochschulabsolventen gesehen (29%) oder bei Un- und Angelernten (28%). Letzteres Ergebnis liegt womöglich daran, dass in einigen Unternehmen keine Un- und Angelernten beschäftigt sind. Schließlich wurde vorrangig der vorhandene Bedarf erfragt.

Abbildung 1: Wie hoch ist der Weiterbildungsbedarf für einzelne Berufsgruppen in Ihrem Unternehmen?



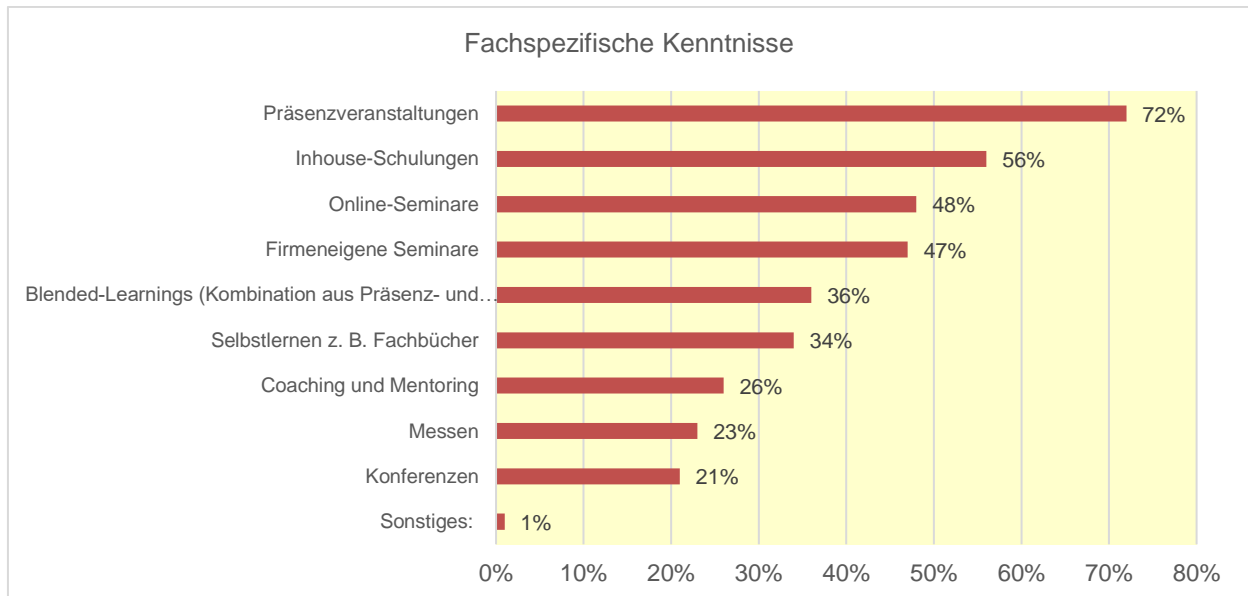
Unternehmen setzen auf Präsenzveranstaltungen

Die Abbildungen 2.1, 2.2 und 2.3 zeigen die Antworten auf die Frage nach dem größten Mehrwert von beruflichen Weiterbildungen. Die Abfrage wurde nach Weiterbildungen für fachspezifische oder fachübergreifende Kenntnisse und nach Fortbildungen getrennt.

Bei Weiterbildungen, die fachspezifische Kenntnisse vermitteln sollen, sehen die Unternehmen vor allem bei Präsenzveranstaltungen (72%) und Inhouse-Schulungen (56%) einen großen Mehrwert. Knapp jedes zweite Unternehmen nutzt für die Vermittlung von fachspezifischen Kenntnissen auch Online- oder firmeneigene Seminare. Jedes dritte Unternehmen setzt auch hybride Modelle, wie etwa Blended Learnings – eine Kombination aus Präsenz- und Onlineweiterbildung – ein. Als sonstige Formate werden zum Beispiel Lernplattformen genannt.

Abbildung 2.1: Welchem Format sprechen Sie den größten Mehrwert für die berufliche Weiterbildung zu?

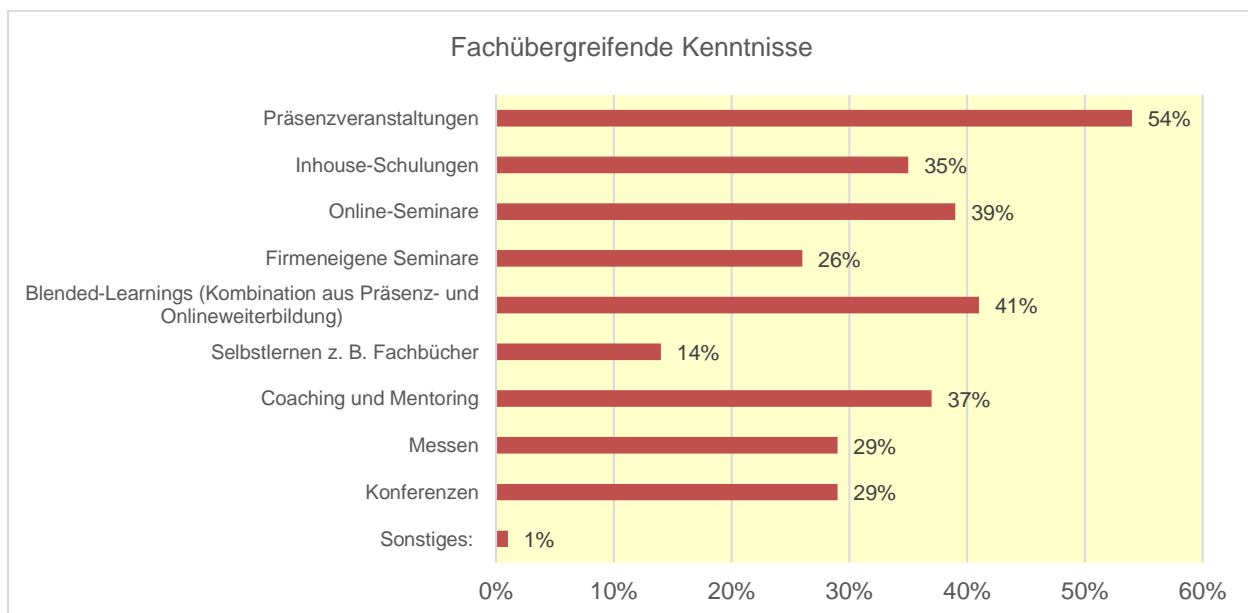
Fachspezifische Kenntnisse



Bei der Vermittlung von fachübergreifenden Kenntnissen schreiben die Unternehmen ebenfalls Präsenzveranstaltungen den größten Mehrwert zu (54%). Darüber hinaus zeigen die Ergebnisse, dass die Unternehmen hier sehr vielfältige Formate ausprobieren. Nur das Selbstlernen, z. B. mit Fachbüchern, scheint dabei am wenigsten geeignet zu sein (14%).

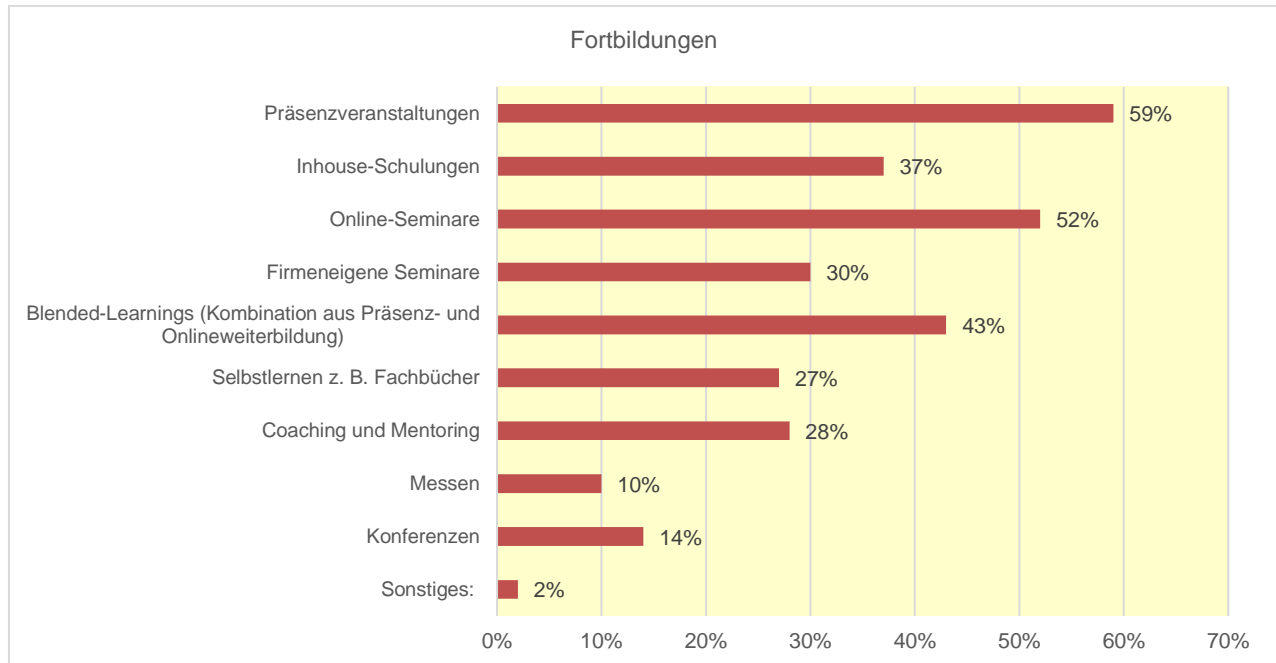
Abbildung 2.2: Welchem Format sprechen Sie den größten Mehrwert für die berufliche Weiterbildung zu?

Fachübergreifende Kenntnisse



Auch bei Fortbildungen setzen die Unternehmen vorrangig auf das Format der Präsenzveranstaltung (59%), gefolgt von Online-Seminaren (52%) und einer Kombination aus beiden Varianten in Form von Blended-Learnings (43%). Der Teilnahme an Konferenzen oder Messen wird hier ein geringerer Mehrwert zugeschrieben.

Abbildung 2.3: Welchem Format sprechen Sie den größten Mehrwert für die berufliche Weiterbildung zu?
Fortbildungen

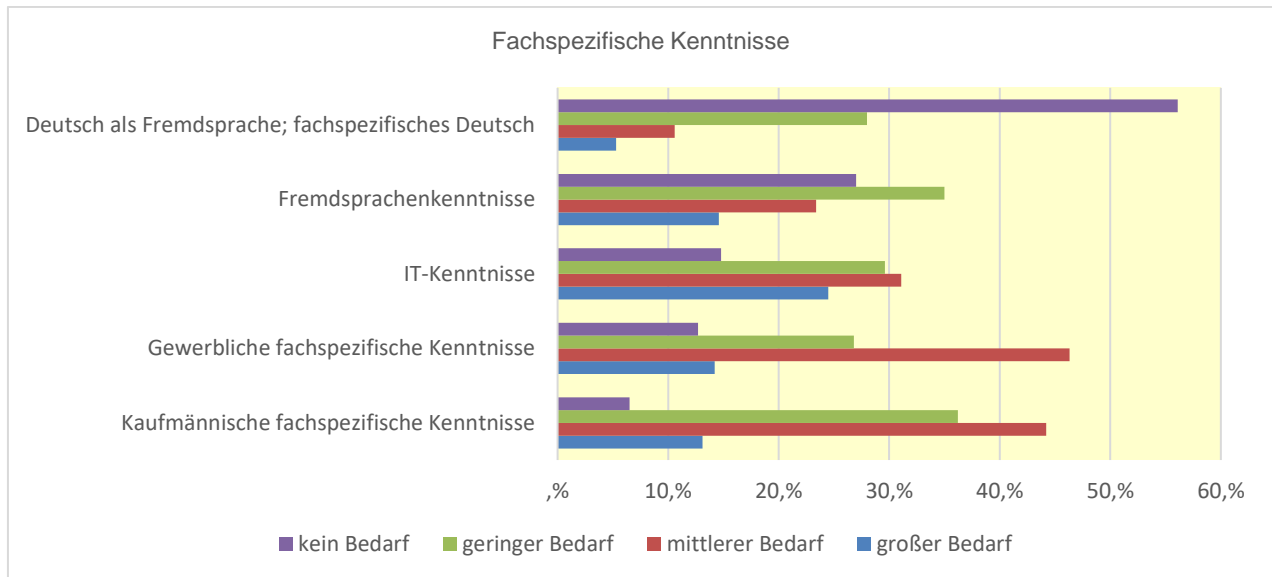


Digitale Themen liegen im Trend

Der Bedarf an Weiterbildungen ist in den nachfolgenden Abbildungen 3.1, 3.2 und 3.3 nochmals nach fachspezifischen und fachübergreifenden Kenntnissen sowie Fortbildungen untergliedert.

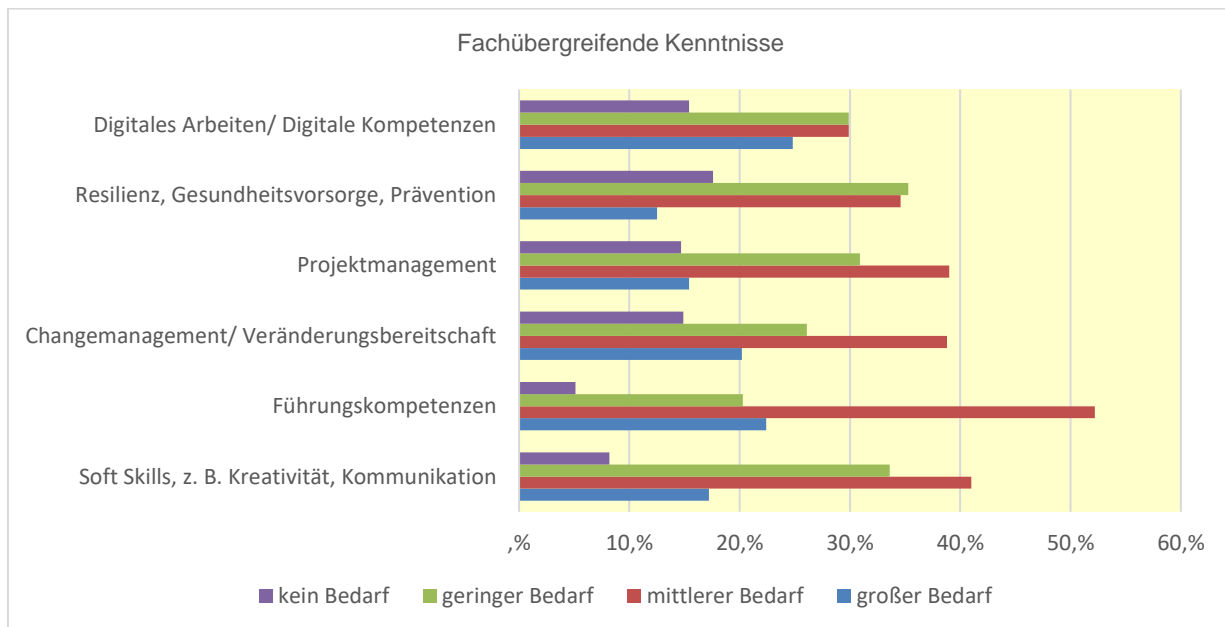
Ein Blick auf die fachspezifischen Kenntnisse zeigt, dass vor allem bei IT-Kenntnissen ein großer Bedarf registriert wird. Jedes vierte Unternehmen möchte seine Mitarbeiter in diesem Bereich weiterbilden. Mittlerer Bedarf besteht insbesondere bei gewerblichen (46%) und kaufmännischen Kenntnissen (44%). Kein Bedarf wird gegenwärtig vorrangig beim Thema Deutsch als Fremdsprache oder bei fachspezifischem Deutsch registriert (56%).

Abbildung 3.1: Wie hoch ist der Weiterbildungsbedarf in Ihrem Unternehmen bei den nachfolgenden Themen? **Fachspezifische Kenntnisse**



Der Weiterbildungsbedarf bei den fachübergreifenden Kenntnissen wird vor allem beim Thema „Digitales Arbeiten/Digitale Kompetenzen“ gesehen. Jedes vierte Unternehmen sieht hier konkrete Bedarfe. Mittlerer Bedarf wird vorrangig bei den Themen Führungskompetenzen (52%) und Soft Skills (41%) registriert.

Abbildung 3.1: Wie hoch ist der Weiterbildungsbedarf in Ihrem Unternehmen bei den nachfolgenden Themen? **Fachübergreifende Kenntnisse**



Bei Fortbildungen, wie etwa zum Meister oder Techniker, sehen die Unternehmen gegenwärtig nur zu 7% einen großen Bedarf. Knapp jedes dritte Unternehmen benennt einen mittleren Bedarf (29%). 18% sehen dagegen derzeit keinen Bedarf.

Abbildung 3.1: Wie hoch ist der Weiterbildungsbedarf in Ihrem Unternehmen bei den nachfolgenden Themen? **Fortbildungen**

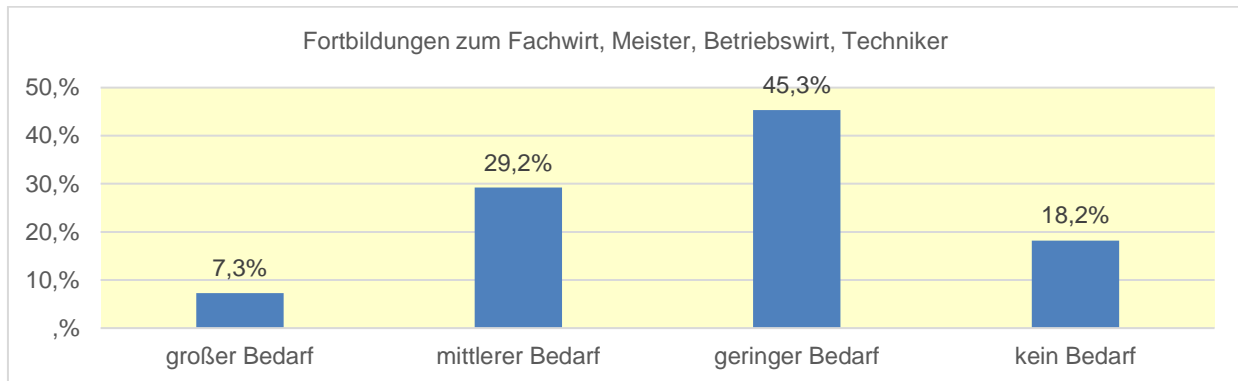
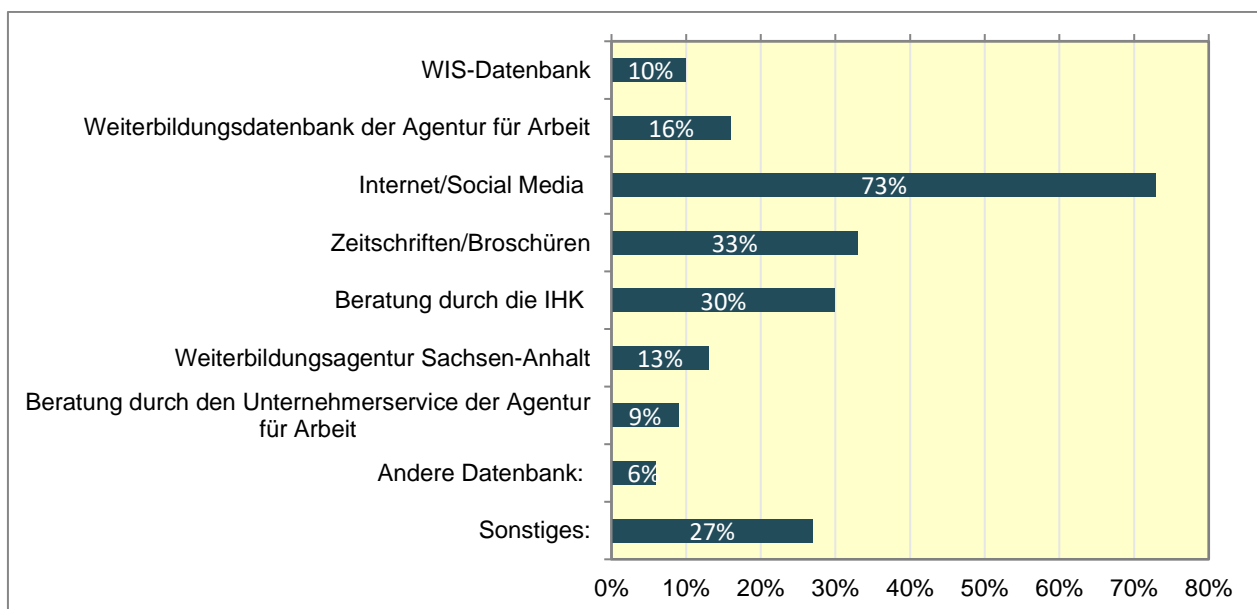


Abbildung 4 zeigt, auf welchen Wegen sich Unternehmen über Weiterbildungsangebote informieren. Drei von vier Unternehmen recherchieren dazu im Internet oder auf Social Media (73%). Jedes dritte Unternehmen sucht in Zeitschriften oder Broschüren (33%) nach passenden Angeboten. 30% der Unternehmen nutzen auch die Beratung durch die IHK. Zu den sonstigen Wegen gehören zum Beispiel: Angebote von Verbänden, von unternehmensinternen Seminaren, von bekannten Dozenten und von fachspezifischen Portalen.

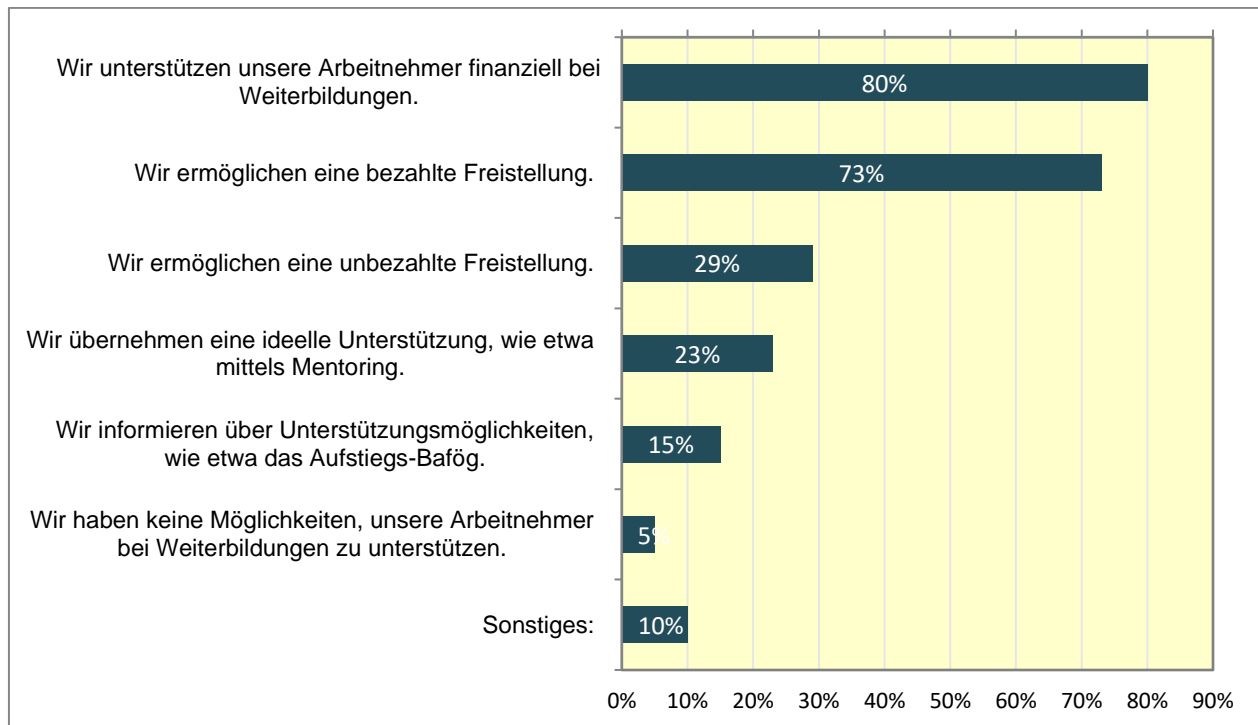
Abbildung 4: Auf welchem Weg recherchieren Sie nach Weiterbildungen? (Mehrfachnennungen möglich)



Unternehmen setzen auf finanzielle Unterstützung ihrer Mitarbeiter

Die Unternehmen unterstützen ihre Arbeitnehmer auf verschiedene Weise bei der Durchführung ihrer Weiterbildung. Die Ergebnisse dazu zeigt Abbildung 5. 80% der Unternehmen unterstützen ihre Mitarbeiter finanziell bei Weiterbildungen (80%). Dreiviertel der Unternehmen ermöglichen auch eine bezahlte Freistellung (73%). Immerhin 29% können auch eine unbezahlte Freistellung bieten. Darüber hinaus zählen zu den „sonstigen Wegen“ u.a. ein eigenes Personalentwicklungsprogramm, die Teilnahme an kostenfreien Weiterbildungen über das Internet sowie Angebote von firmeninternen Weiterbildungen. Nur 5% der Unternehmen führen an, dass sie keine Möglichkeit sehen, ihre Arbeitnehmer bei Weiterbildungen zu unterstützen.

Abbildung 5: Wie unterstützen Sie Ihre Arbeitnehmer bei Ihrem Weiterbildungswunsch? (Mehrfachnennungen möglich)

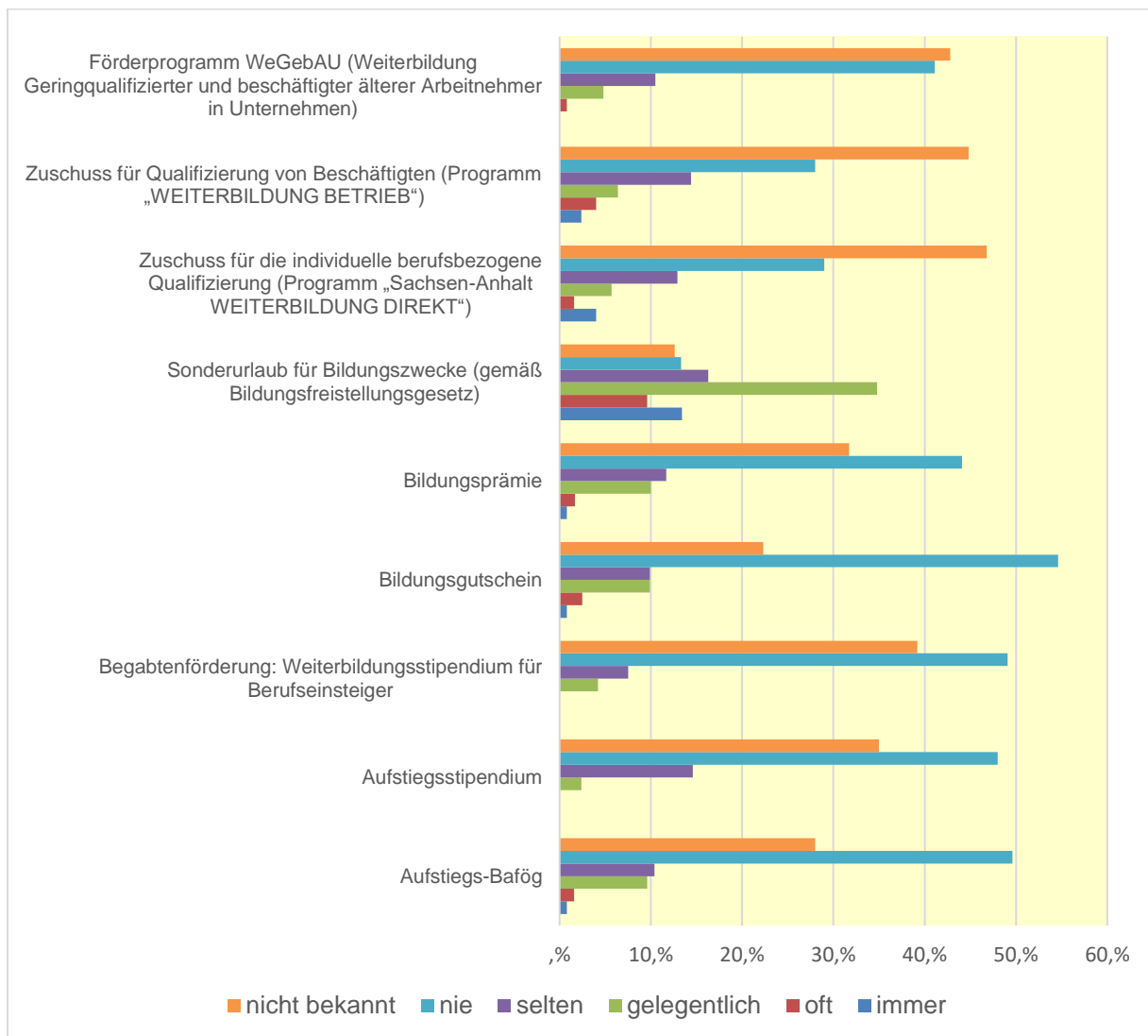


Unternehmen sehen Informationsbedarf bei Finanzierungsmöglichkeiten

Die Finanzierungswege für Weiterbildungen sind in Abbildung 6 aufgeführt. 23% der Unternehmen nutzen den Sonderurlaub für Bildungszwecke (gemäß Bildungsfreistellungsgesetz) oft oder immer für ihre Mitarbeiter. 35% setzen diesen gelegentlich

ein. Außerdem nutzen die Unternehmen jeweils zu 10% gelegentlich die Bildungsprämie, den Bildungsgutschein oder das Aufstiegs-Bafög. Selten kommt das Aufstiegsstipendium (15%), der Zuschuss für Qualifizierung von Beschäftigten (14%) oder der Zuschuss für die individuelle berufsbezogene Qualifizierung (13%) zum Einsatz. Darüber hinaus zeigen die Ergebnisse, dass die verschiedenen Finanzierungswege bei den Unternehmen noch nicht hinreichend bekannt sind. Dies wird auch in der nachfolgenden Abbildung 7 noch einmal deutlich.

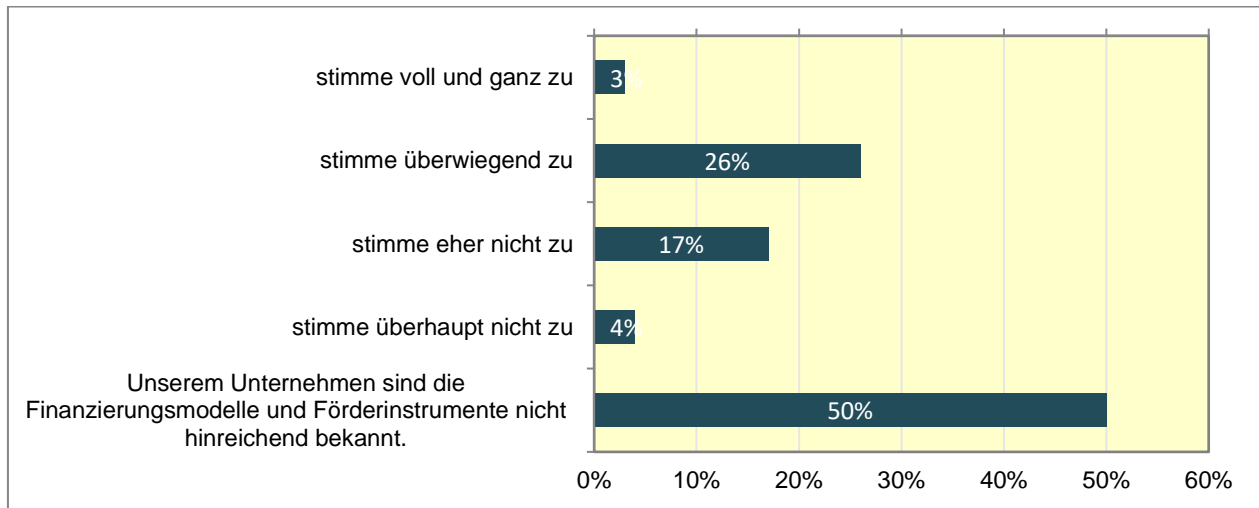
Abbildung 6: Welche Finanzierungswege für Weiterbildung werden in Ihrem Unternehmen genutzt?



Die Unternehmen wurden um die Einschätzung der nachfolgenden Aussage gebeten: „Die aktuellen Finanzierungsmodelle und Förderinstrumente für Weiterbildungen im Land sind ausreichend.“ Das Resultat ist in Abbildung 7 zu sehen.

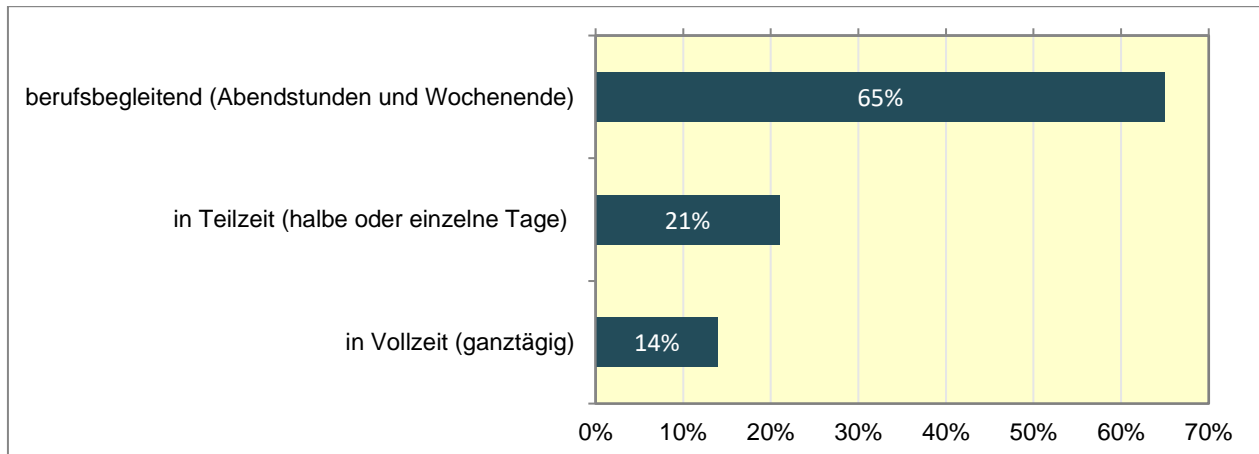
Nur 3% der Unternehmen stimmen dieser Aussage voll und ganz zu. Ein Viertel der Unternehmen kann der Aussage überwiegend zustimmen. 21% können dieser Aussage eher nicht bzw. überhaupt nicht zustimmen. Die Hälfte der Unternehmen gibt an, dass ihnen die unterschiedlichen Finanzierungsmodelle oder Förderinstrumente nicht hinreichend bekannt sind. Diese Ergebnisse zeigen, dass hier noch ein deutlicher Aufklärungsbedarf besteht.

Abbildung 7: Wie schätzen Sie die nachfolgende Aussage ein: „Die aktuellen Finanzierungsmodelle und Förderinstrumente für Weiterbildungen im Land sind ausreichend.“



Die bevorzugten Durchführungsformate bei längeren Weiterbildungen sind in Abbildung 8 aufgeführt. 65% der Unternehmen präferieren berufsbegleitende Weiterbildungsmaßnahmen in den Abendstunden oder am Wochenende. Jedes fünfte Unternehmen setzt auf Weiterbildungen in Teilzeit. 14% der Unternehmen bevorzugen Maßnahmen, die in Vollzeit stattfinden.

Abbildung 8: Welches Durchführungsformat ist bei längeren Weiterbildungsmaßnahmen realistisch?



Qualifizierungsangebote sollten bereits bei Auszubildenden ansetzen

Die Unternehmen wurden ebenfalls danach befragt, wie sie zusätzliche Qualifizierungsangebote für Auszubildende einschätzen. Die Ergebnisse zeigt Abbildung 9. 38% der Befragten halten diese Angebote für sehr sinnvoll, 41% für eher sinnvoll. Nur für ein Fünftel der Unternehmen sind derartige Angebote für Auszubildende eher nicht oder gar nicht sinnvoll.

Abbildung 9: Für wie sinnvoll halten Sie zusätzliche Qualifizierungsangebote von Auszubildenden?

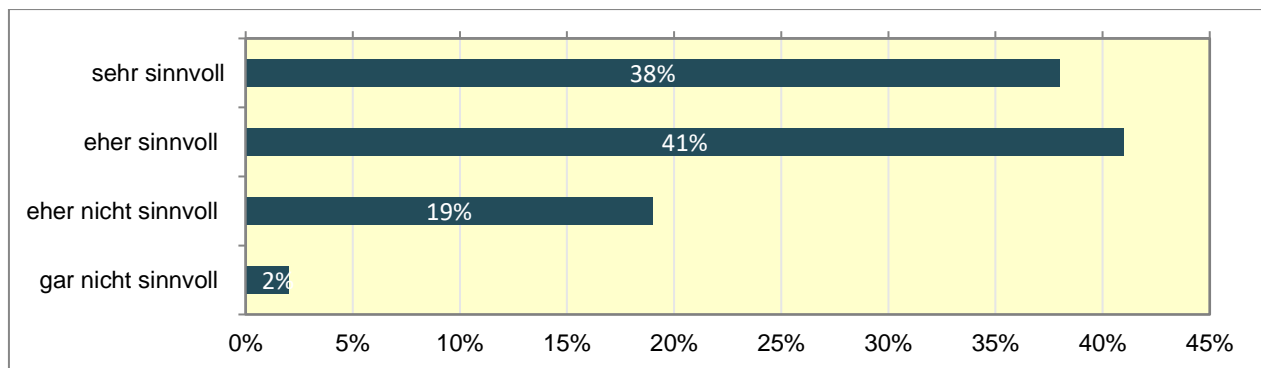
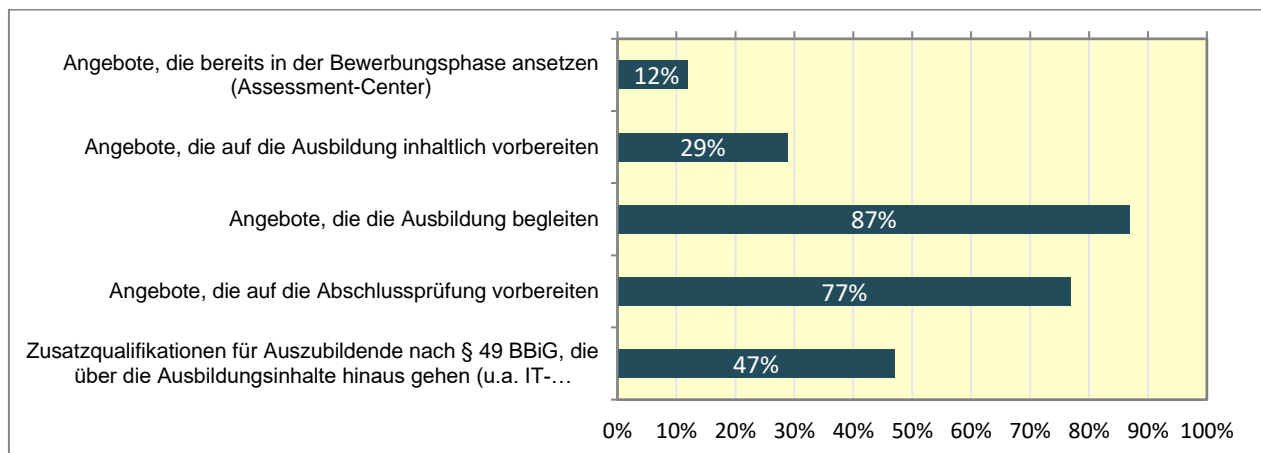


Abbildung 10 zeigt, welche Qualifikationsangebote für Auszubildende von den Unternehmen insbesondere nachgefragt werden. 87% der Unternehmen wünschen sich Angebote, die bereits die Ausbildungszeit begleiten. Dreiviertel der Unternehmen präferieren auch Angebote, die auf die Abschlussprüfung vorbereiten. 47% der Unternehmen wünschen sich Zusatzqualifikationen, die nach § 49 BBiG über die klassischen Ausbildungsinhalte hinaus gehen. Ein gutes Drittel wünscht Angebote, die inhaltlich auf die Ausbildung vorbereiten und damit frühzeitig ansetzen.

Abbildung 10: Wenn Sie „sehr sinnvoll“ oder „eher sinnvoll“ angekreuzt haben: Welche Qualifikationsangebote kommen für Ihr Unternehmen in Frage? (Mehrfachnennungen möglich)



Weiterbildung wird immer öfter digital genutzt

Unternehmen nutzen inzwischen auch immer häufiger digitale Weiterbildungsangebote, wie die nachfolgende Abbildung 11 zeigt. 70% der befragten Unternehmen haben bereits derartige Angebote wahrgenommen und 11% wollen diese künftig einsetzen. Nur ein Fünftel der Unternehmen setzt auf andere Weiterbildungsangebote.

Abbildung 11: Nutzt Ihr Unternehmen bereits digitale Weiterbildungsangebote?

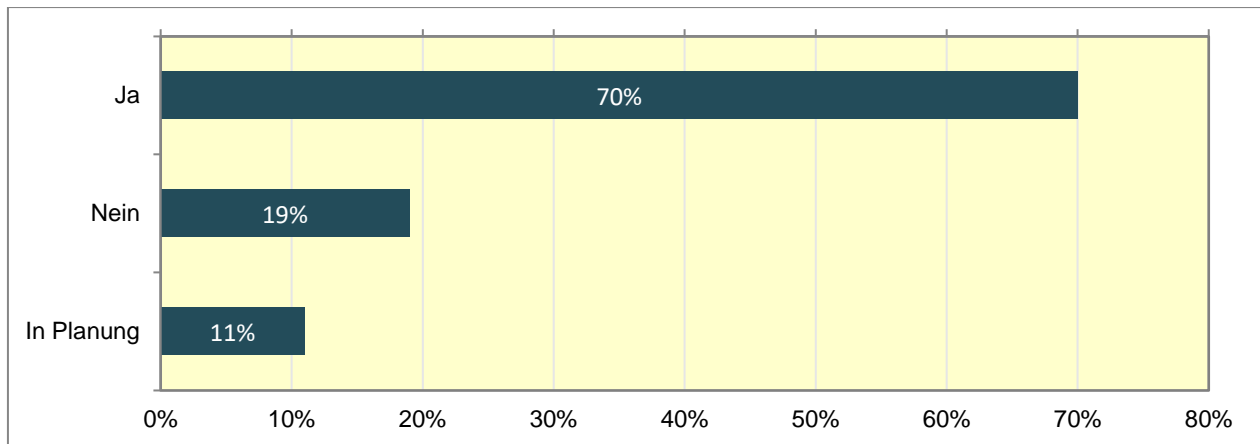
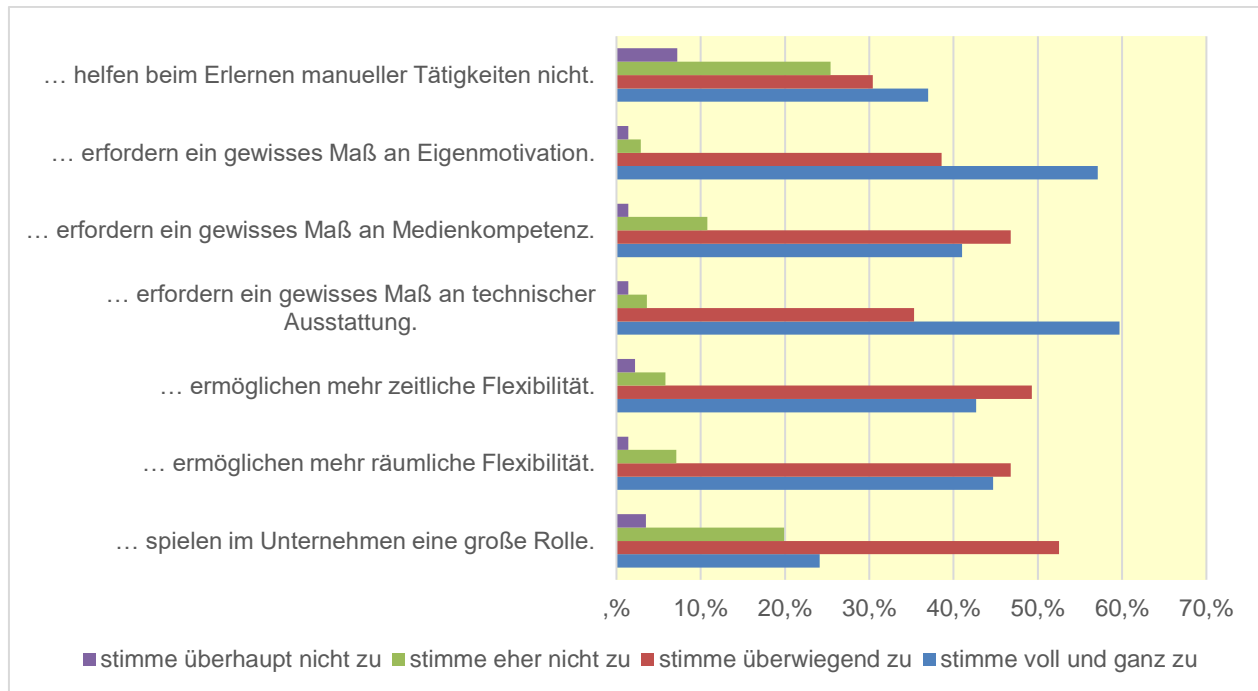


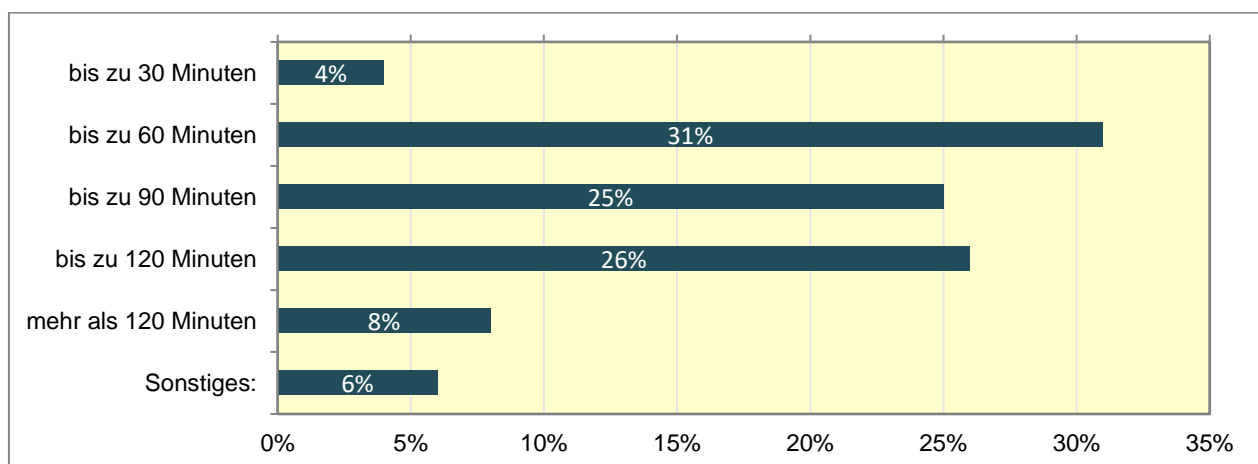
Abbildung 12 zeigt, wie Unternehmen digitale Weiterbildungsangebote einschätzen. Sie stimmen dabei der Aussage „voll und ganz zu“, dass derartige Angebote ein gewisses Maß an technischer Ausstattung (60%) und Eigenmotivation (57%) erfordern. Zudem bieten sie mehr räumliche Flexibilität (45%). Weiterhin stimmen die Unternehmen der Aussage „überwiegend zu“, dass digitale Weiterbildungsangebote in ihrem Unternehmen inzwischen eine große Rolle spielen (53%), mehr zeitliche Flexibilität (49%) und ein gewisses Maß an Medienkompetenz erfordern (47%). Ein Drittel der Unternehmen stimmt der Aussage, dass digitale Weiterbildungsangebote nicht beim Erlernen von manuellen Tätigkeiten helfen würden, „eher nicht“ sowie „überhaupt nicht“ zu (33%). Sie sehen hier also durchaus Potenzial, auch derartige Weiterbildungsinhalte zu transportieren.

Abbildung 12: Wie schätzen Sie die nachfolgenden Aussagen zu digitalen Weiterbildungsangeboten ein?
Digitale Weiterbildungsangebote...



Bei der sinnvollen Dauer von digitalen Formaten ist aktuell noch kein klarer Trend erkennbar. Wie in Abbildung 13 zu sehen, bevorzugt ein Drittel der Unternehmen eine Dauer von bis zu einer Stunde. Jeweils ein Viertel der Unternehmen hält auch noch eine Länge von bis zu 90 Minuten bzw. zwei Stunden für sinnvoll. Kurze digitale Veranstaltungen von bis zu 30 Minuten werden dagegen kaum als sinnvoll erachtet – nur zu 4%. Auch Veranstaltungen, die über zwei Stunden gehen, werden nur von 8% der Unternehmen befürwortet. Unter „Sonstiges“ wird vor allem angeführt, dass die Dauer sehr themen- und methodenabhängig sei.

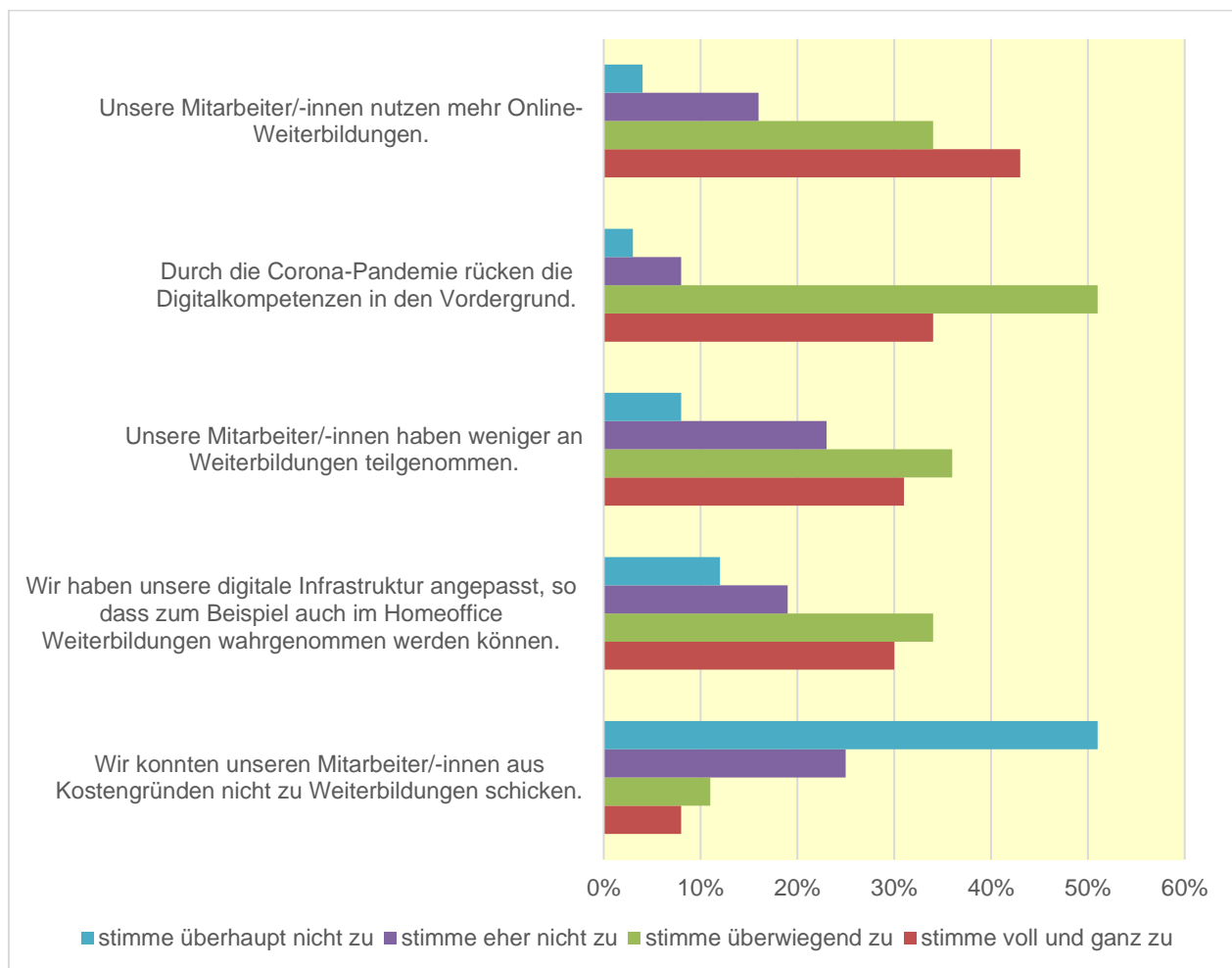
Abbildung 13: Welche Dauer halten Sie bei digitalen Formaten (z. B. Webinare) für sinnvoll?



Corona-Pandemie ist Treiber von digitalen Weiterbildungen

Wie die Corona-Pandemie das Thema Weiterbildung beeinflusst hat, ist in Abbildung 14 dargestellt. Die Unternehmen stimmen „voll und ganz zu“, dass ihre Mitarbeiter nun mehr Online-Weiterbildungen wahrnehmen (43%) und Digitalkompetenzen eine größere Rolle spielen (34%). Einige Unternehmen haben ihre digitale Infrastruktur auch so umgebaut, dass u.a. im Homeoffice Weiterbildungen wahrgenommen werden können (30% „stimme voll und ganz zu“). Bei einem Drittel der Unternehmen haben die Mitarbeiter in Pandemiezeiten weniger an Weiterbildungen teilgenommen (31% „stimme voll und ganz zu“). 8% der Unternehmen konnten ihre Mitarbeiter aus Kostengründen nicht zu Weiterbildungen schicken (8% „stimme voll und ganz zu“). Bei 11% war dies überwiegend der Fall.

Abbildung 14: Wie hat die Corona-Pandemie das Thema „Weiterbildung“ in Ihrem Unternehmen verändert? (Mehrfachnennungen möglich)



Weiterbildungen unterstützen die Personalentwicklung

Abschließend sollten die Unternehmen einen Blick in die Zukunft wagen. In den nächsten fünf Jahren müssen im Durchschnitt – über alle befragten Unternehmen – 15 Stellen neu besetzt werden. Inwieweit Weiterbildungen dabei behilflich sein können, zeigt Abbildung 16. Für jedes fünfte Unternehmen sind Weiterbildungen dabei nicht wegzudenken (19% „sicher“). Weiteren 19% der Unternehmen helfen Weiterbildungen „eher wahrscheinlich“ bei der Neubesetzung von Stellen. 35% der Unternehmen sind sich aktuell noch unsicher und 27% halten diesen Weg für eher unwahrscheinlich.

Abbildung 16: Würden Ihnen Weiterbildungen bei der Besetzung dieser Stellen helfen?

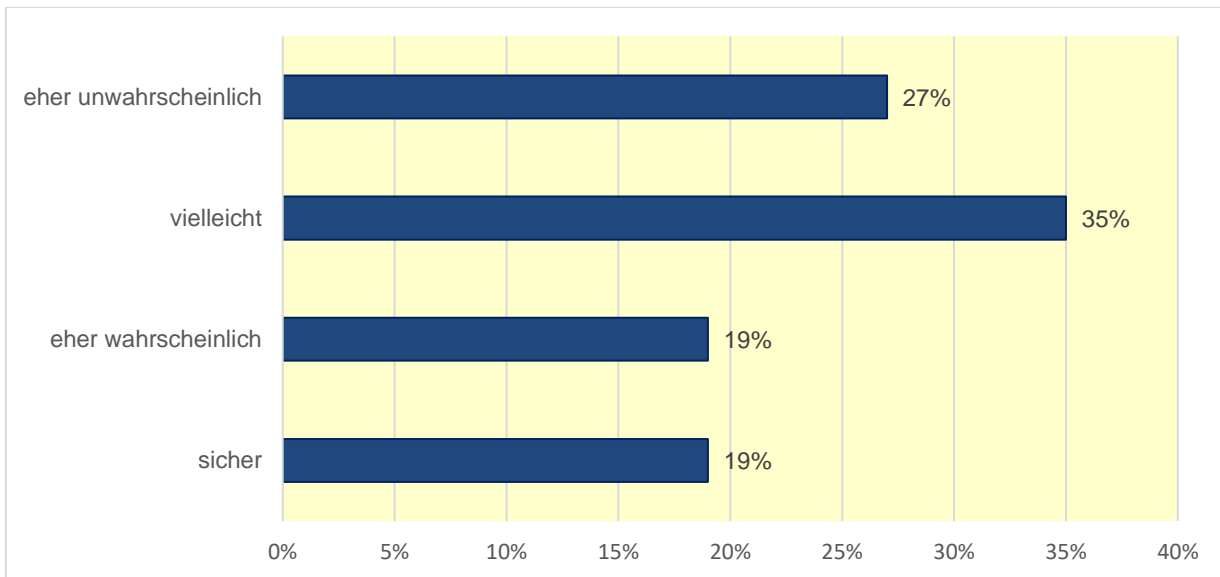
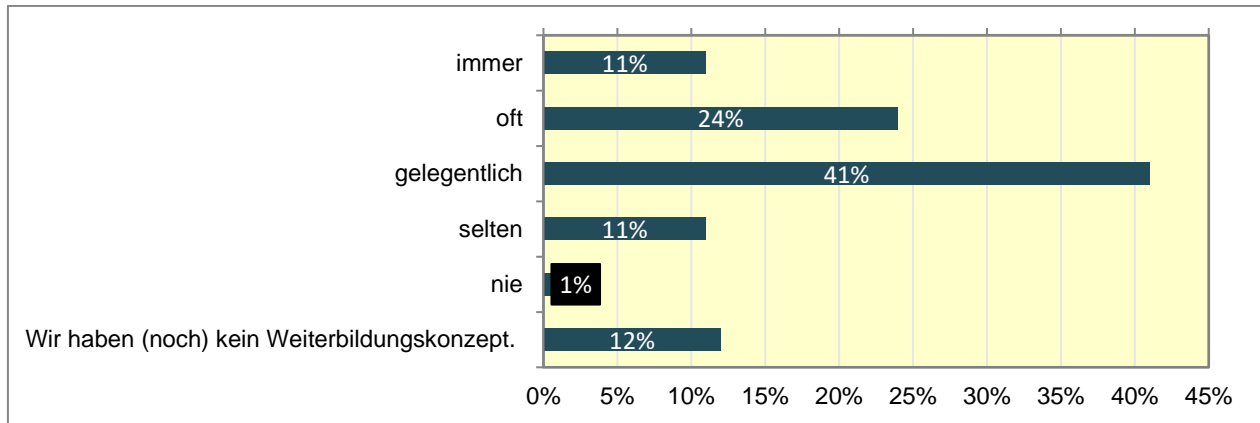


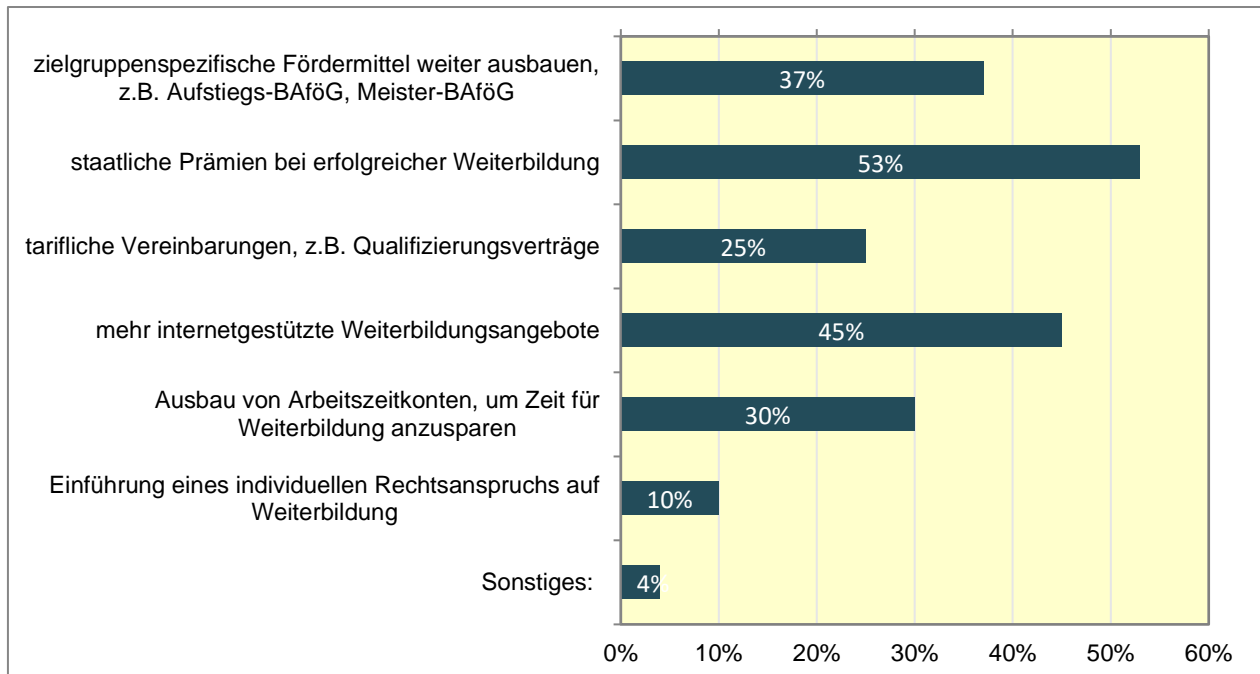
Abbildung 17 gibt einen Einblick darüber, wie häufig das Weiterbildungskonzept im Unternehmen überprüft oder weiterentwickelt wird. Von 11% wird dieses „immer“ überprüft. Ein gutes Viertel der Unternehmen tut dies „oft“. 41% schauen sich das Weiterbildungskonzept eher „gelegentlich“ näher an, 11% nur selten und 1% nie. 12% der Unternehmen führen an, dass sie aktuell (noch) kein Weiterbildungskonzept besitzen.

Abbildung 17: Wie häufig wird bei Ihnen das Weiterbildungskonzept überprüft bzw. weiterentwickelt?



Wie sich aus Unternehmenssicht die Weiterbildungsbeteiligung vergrößern lässt, ist in Abbildung 18 dargestellt. 53% der Unternehmen wünschen sich staatliche Prämien bei erfolgreicher Weiterbildung. Außerdem besteht der Wunsch nach mehr internetgestützten Weiterbildungsangeboten (45%), dem Ausbau von zielgruppenspezifischen Fördermitteln (37%) und von Arbeitszeitkonten, um Zeit für Weiterbildungen anzusparen (30%). Die Entwicklung von tariflichen Vereinbarungen wünscht sich jedes vierte Unternehmen (25%). Zu sonstigen Instrumenten gehören u.a. Aktivitäten zur Motivation von Arbeitnehmern oder Weiterbildungs-Kennzahlensysteme in Unternehmen.

Abbildung 18: Welche Instrumente/ Maßnahmen halten Sie aus Unternehmenssicht für am besten geeignet, um die Weiterbildungsbeteiligung zu vergrößern? (Mehrfachnennungen möglich)



Ausgewählte statistische Angaben

Die Unternehmen, die an der Befragung teilnahmen, gehörten vor allem der Industrie (33%), dem Handel (10%) und dem Baugewerbe bzw. der Chemie- und Pharmabranche an (je 8%). Bei der Betriebsgröße dominierten klein- und mittelständische Unternehmen. 57% haben zwischen 20 und 199 Beschäftigte. 59% der Unternehmen hat weniger als fünf Auszubildende. 27% bilden zwischen 5 und 15 Auszubildende aus.